



UDK: 740.101.101.1

Baxtiyor MIRZARAXIMOV,
Farg'ona davlat universiteti dotsenti
Orcid: 0000-0003-2241-6747
E-mail: alfargoniy.uz@gmail.com

Farg'ona davlat universiteti I.Siddiqov taqrizi asosida

**TURIZM FENOMENI VA UMUMBASHARIY QADRIYATLAR TRANSFORMATSIYASINING AKSIOLOGIK
TAHLILI**
Annotatsiya

Mazkur maqolada turizm fenomeni va umumbashariy qadriyatlar transformatsiyasining aksiologik tahlili falsafiy-nazariy jihatdan o'rganiladi. Tadqiqotda turizm insoniyat madaniyati, axloqiy mas'uliyati va estetik ongining muhim ifodasi sifatida talqin etiladi. Kant, M. Sheler, Rikkert va E. Fromm kabi mutafakkirlarning qadriyatlar haqidagi falsafiy qarashlari asosida turizmning axloqiy va ma'naviy mazmuni ochib berilgan. Turizm jarayonida qadriyatlar insonning ichki erkinligi, mas'uliyat hissi, estetik idroki va madaniy o'zaro ta'siri orqali namoyon bo'lishi tahlil qilingan. Shuningdek, tadqiqotda globallashuv sharoitida turizmning transmilliy tus olishi, uning ijtimoiy-madaniy va iqtisodiy tizimlarga ta'siri, milliy identitet va madaniy merosni saqlashdagi o'rni yoritiladi. Maqolada O'zbekiston misolida turizmning milliy qadriyatlar, madaniy meros va tarixiy an'analarni saqlashga xizmat qiluvchi aksiologik mexanizmlar sifatida ahamiyati ko'rsatib o'tilgan.

Kalit so'zlar: turizm falsafasi, aksiologiya, qadriyatlar transformatsiyasi, axloqiy mas'uliyat, estetik idrok, globallashuv, madaniyatlararo muloqot.

**ФЕНОМЕН ТУРИЗМА И АКSIОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТРАНСФОРМАЦИИ ОБЩЕЧЕЛОВЕЧЕСКИХ
ЦЕННОСТЕЙ**
Аннотация

В данной статье философско-теоретически исследуется аксиологический анализ феномена туризма и трансформации общечеловеческих ценностей. В исследовании туризм рассматривается как важное выражение человеческой культуры, нравственной ответственности и эстетического сознания. На основе философских взглядов мыслителей И. Канта, М. Шелера, Г. Риккерта и Э. Фромма раскрывается морально-духовное содержание туризма. Отмечается, что ценности в туризме проявляются через внутреннюю свободу человека, чувство ответственности, эстетическое восприятие и культурное взаимодействие. Также в статье анализируется влияние глобализации, в результате которой туризм приобретает транснациональный характер и оказывает воздействие на социально-культурные и экономические системы, а также на сохранение национальной идентичности и культурного наследия. На примере Узбекистана показано значение туризма как аксиологического механизма, способствующего сохранению национальных ценностей, культурного наследия и исторических традиций.

Ключевые слова: философия туризма, аксиология, трансформация ценностей, нравственная ответственность, эстетическое восприятие, глобализация, межкультурный диалог.

**THE PHENOMENON OF TOURISM AND THE AXIOLOGICAL ANALYSIS OF THE TRANSFORMATION OF
UNIVERSAL HUMAN VALUES**
Annotation

This article provides a philosophical and theoretical analysis of the axiological interpretation of the tourism phenomenon and the transformation of universal human values. The study conceptualizes tourism as an essential expression of human culture, moral responsibility, and aesthetic consciousness. Based on the philosophical ideas of I. Kant, M. Scheler, H. Rickert, and E. Fromm, the moral and spiritual dimensions of tourism are explored. The article emphasizes that values in tourism are manifested through an individual's inner freedom, sense of responsibility, aesthetic perception, and cultural interaction. Furthermore, it examines how globalization has transformed tourism into a transnational phenomenon, influencing socio-cultural and economic systems, as well as the preservation of national identity and cultural heritage. Using Uzbekistan as an example, the article highlights the significance of tourism as an axiological mechanism for preserving national values, cultural heritage, and historical traditions.

Keywords: philosophy of tourism, axiology, transformation of values, moral responsibility, aesthetic perception, globalization, intercultural communication.

Kirish. Turizm falsafasi nuqtai nazaridan qadriyat tushunchasi insoniyatning madaniy, axloqiy va estetik tajribalarini anglashda muhim o'rin tutadi. Turizm jarayonida qadriyatlar insonlarning o'zaro madaniy muloqoti, millatlararo bag'rikenglik va ekologik ong orqali namoyon bo'ladi. Kantning axloqiy falsafasida bo'lgani kabi, turizm ham qadriyatlar insonning ichki erkinligi va mas'uliyat hissi bilan chambarchas bog'liq. Sayyohlik faoliyati faqat shaxsiy manfaat yoki zavq uchun emas, balki ijtimoiy va madaniy vazifani – boshqa xalqlarning madaniyatiga hurmat bilan

yondashish, tabiatni asrash va insoniy munosabatlarni mustahkamlashni ham o'z ichiga oladi. Shu ma'noda, qadriyatlar Kant ta'kidlaganidek, "qadriyatlar shaxsiy istaklardan emas, balki axloqiy mas'uliyat va global hamjihatlik tamoyillaridan kelib chiqadi"[1]. Turizm falsafasida qadriyat tushunchasini Kantning axloqiy tamoyillari nuqtai nazaridan talqin etish, zamonaviy turizmning ma'naviy, madaniy va ekologik ahamiyatini chuqurroq anglash imkonini beradi. Kant nazariyasiga ko'ra, insonning qadriy pozitsiyasi shaxsiy istak va manfaatlardan

emas, balki axloqiy qonun va mas'uliyat hissidan kelib chiqadi.

Turizm kontekstida qadriyatlar insonning his-tuyg'ulari, estetik idroki va ma'naviy tajribasi orqali namoyon bo'ladi. Xuddi shunday, qadriyatlar sayyohning shaxsiy tajribasida, u tashrif buyurgan joylarning madaniy, tabiiy va ijtimoiy muhitini qanday his etishida ifodalanadi. Masalan, estetik qadriyatlar – go'zal manzaralardan zavqlanish, tarixiy obidalarni qadrlash; axloqiy qadriyatlar – mehmondo'stlik, mahalliy aholiga hurmat bilan munosabatda bo'lish; diniy qadriyatlar esa – muqaddas joylarga hurmat va e'tiqodiy qadriyatlarni anglash orqali namoyon bo'ladi. M.Sheler qadriyatlarni insoniy his-tuyg'ular va sezgilarga asoslangan fenomen sifatida ko'rib, ularni ierarxik tizimda tasniflagan. Qadriyatlarni diniy, estetik va axloqiy kategoriyalarga ajratadi va ularning shaxsiy tajribaga bog'liqligini ta'kidlaydi. Shu nuqtai nazardan, qadriyat insonning ichki dunyosi va jamiyat bilan o'zaro aloqasida shakllanadi[2]. Olim qadriyatlar haqidagi ta'limoti insonning ichki kechinmalari va hissiy tajribasini markazga qo'yadi. U qadriyatlarni diniy, estetik va axloqiy kategoriyalarga ajratib, ularning inson ongida turlicha darajada namoyon bo'lishini ko'rsatadi. Bu yondashuvga ko'ra, qadriyatlar tashqi majburlov natijasi emas, balki insonning ruhiy idroki, tuyg'ulari va ijtimoiy muhit bilan o'zaro aloqasi natijasida shakllanadi.

Materiallar va metodlar. Rikkert (Hans-Georg Gadamer va boshqa eksistensialistik g'oyalarga yaqin) qadriyat tushunchasini tarixiy kontekst va madaniy muhit bilan bog'liq deb hisoblaydi. Unga ko'ra, qadriyatlar insonning jamiyatdagi o'rnini belgilashda, ijtimoiy normativlar va madaniy kodlar orqali shakllanadi. Shu bilan birga, Rikkert qadriyatlarni statik emas, balki rivojlanuvchi, doimiy interpretatsiya qilinadigan tizim sifatida ko'radi[3]. Turizm falsafasi nuqtai nazaridan Rikkertning qadriyatlar haqidagi konsepsiyasi juda muhim nazariy asos bo'la oladi. U qadriyatlarni tarixiy kontekst va madaniy muhit bilan bog'lab tushuntirgani bois, bu yondashuv turizm hodisasini yanada chuqurroq anglash imkonini beradi. Chunki turizm – bu nafaqat geografik harakat, balki madaniyatlararo muloqot, tarixiy xotirani idrok etish va qadriyatlarni qayta talqin qilish jarayonidir.

Erix Fromm esa qadriyatni insonning ichki ehtiyojlari va ijtimoiy sharoit bilan uyg'unlashuvi sifatida talqin qiladi. Frommga ko'ra, haqiqiy qadriyatlar shaxsning erkinligini rivojlantiruvchi, jamiyatga foyda keltiruvchi va insoniy munosabatlarni boyituvchi xususiyatga ega bo'lishi kerak[4]. Bu yondashuv qadriyatlarni shaxsiy va ijtimoiy darajada birlashtiradi, ular orqali inson o'zining mavjudligini anglaydi va axloqiy qarorlar qabul qiladi. Fromm nazariyasiga ko'ra, haqiqiy qadriyatlar insonning ichki ehtiyojlari – o'sish, o'zini anglash va ijodkorlik bilan – ijtimoiy hayotdagi faol ishtirokini uyg'unlashtiradi. Shu jihatdan, turizm inson uchun shunchaki dam olish yoki ko'ngilochar faoliyat emas, balki o'zini anglash, ichki ruhiy ehtiyojlarini qondirish va boshqa madaniyatlar bilan insoniy aloqalar o'rnatish vositasi sifatida namoyon bo'ladi.

O'zbekiston misolida ham turizmni rivojlantirishda aksiologik yondashuv milliy qadriyatlarni saqlash va targ'ib qilishga qaratilgan. Turizm milliy madaniyat, tarixiy yodgorliklar va an'analarni yosh avlodga yetkazish vositasi sifatida xizmat qiladi, shu bilan birga, jamiyatning ma'naviy-madaniy rivojlanishiga hissa qo'shadi[5]. Aksiologik yondashuv, turizmni faqat iqtisodiy foyda olish manbai sifatida emas, balki insonning axloqiy, estetik va madaniy kamoloti jarayonini rag'batlantiruvchi vosita sifatida ko'rishni taqozo etadi. Shu yo'sinda, turizm jamiyatda innovatsion yondashuvlarni rivojlantirish, madaniy aloqalarni mustahkamlash va shaxsning global qadriyatlar bilan uyg'unlashuvini ta'minlashda muhim vosita hisoblanadi.

Umuman olganda, turizm inson hayotida o'zgarmas ijobiy ta'sirga ega bo'lib, u shaxsning ichki dunyosini boyitadi, go'zallikni qadrlashga o'rgatadi va jamiyatning ijtimoiy poydevorini mustahkamlaydi. Shu tariqa, turizmning multidimenzion ta'siri uni nafaqat sayohat vositasi, balki inson taraqqiyoti va jamiyat barqarorligining muhim omili sifatida ko'rsatadi.

Muhokama va natijalar. Globallashib borayotgan jamiyatda, zamonaviy turizmni jamiyat hayotining turli sohalariga ta'siri kuchayib borishi natijasida turizmning madaniy asoslarini falsafiy tomondan o'rganish asosiy vazifa bo'lib qolmoqda. Dastlab, turizm tushunchasi juda cheklangan ijtimoiy hamjamiyat tomonidan qo'llaniladigan mahalliy ijtimoiy atama bo'lgan. Biroq, XX asrning ikkinchi yarmidan boshlab turizm asta-sekin transmilliy nisbatlarga erishdi, global antropogen manbalarni jalb etdi va uni ishlab chiqarish, iste'mol qilish jarayonida ijtimoiy hayotning deyarli barcha jabhalariga ta'sir qildi hamda kuchli ijtimoiy, iqtisodiy, ma'naviy, madaniy omilga aylandi.

Turizm fenomeni zamonaviy global jamiyatda nafaqat iqtisodiy yoki ijtimoiy hodisa, balki chuqur falsafiy- madaniy jarayon sifatida talqin etilishi zarurligi ko'rsatadi.

Birinchidan, globallashuv jarayoni turizmning mohiyatini tubdan o'zgartirdi. Ilgari turizm faqat mahalliy ijtimoiy qatlamlar tomonidan cheklangan doirada amalga oshirilgan bo'lsa, XX asrning ikkinchi yarmidan boshlab u transmilliy tus oldi. Bu esa turizmni xalqaro iqtisodiy integratsiya, madaniy almashinuv va global identifikatsiya jarayonlarining tarkibiy qismiga aylantirdi.

Ikkinchidan, turizmning antropogen omil sifatidagi roli kuchaydi. U ishlab chiqarish va iste'mol tizimlari bilan bevosita bog'lanib, inson faoliyatining barcha jabhalariga – iqtisodiyot, madaniyat, siyosat, ekologiya, axborot kommunikatsiyalari va ta'lim sohalariga chuqur ta'sir ko'rsatmoqda. Shu jihatdan turizm jamiyatning madaniy va ma'naviy modernizatsiyasi uchun o'ziga xos platformaga aylandi.

Uchinchidan, bu jarayonni madaniyat falsafasi va ijtimoiy antropologiya nuqtai nazaridan o'rganish zarur. Chunki turizm endi faqat "sayohat" yoki "ko'ngilochar faoliyat" emas, balki madaniyatlararo muloqot, identifikatsiya va qadriyatlar almashinuvi maydonidir. U orqali inson o'zini global madaniyat kontekstida anglaydi, boshqa xalqlarning madaniy tajribasini qabul qiladi va shu asosda umuminsoniy qadriyatlarni shakllantiradi.

To'rtinchidan, zamonaviy turizmning falsafiy tahlili shuni ko'rsatadiki, u ijtimoiy tizimlarning dinamik o'zaro ta'sirini ifodalaydi: ishlab chiqarish, kommunikatsiya va madaniyat o'rtasidagi chegaralar tobora nisbiylashmoqda. Turizm ana shu integratsion jarayonning amaliy ifodasi bo'lib, madaniy globalizatsiyaning eng faol mexanizmlaridan biriga aylangan.

XX asrning o'rtalarigacha "ommaviy turizm" tushunchasi mavjud bo'lmagan, lekin yer qit'asining betakror tabiat manzaralari, ekzotik burchaklari, sarguzashtlardan ayrim o'ziga to'q insonlarga bahramand bo'la olgan xolos. Ammo bunday safarlar sayohatchilar tomonidan borilgan mintaqalarda hech qanday ijtimoiy-iqtisodiy o'zgarishlarga olib kelmagan, ular noyob tabiat hududlari, o'simlik va hayvonlarning noyob turlari, mahalliy ibtidoiy madaniyatni saqlash, salmoqli moliyaviy mablag'larni shu joylarga oqimini ta'minlay olishmagan.

Insoniyat va millat uchun umumiy bo'lgan axloqiy-ma'naviy boylik urf-odat va qadriyatlar, turli marosim va an'analar, yashash tarzi, mehnat faoliyati, yosh bolalarning oddiy o'yinlaridan tortib, xalq sayillari, turli bellashuvlar va bayramlari xalqning fe'l-atvori, hayot tarzi, orzu-tilaklarining tarixiy manbai hisoblanadi[6]. Bizga meros bo'lgan xalq sayillari, sayohatlar, milliy xalq o'yinlarimiz va sport

turlarimiz mustaqillik tufayli kundalik hayotimizdan keng o'rin oldi[7]. Aynan bugungi kungacha bizgacha yetib kelgan xalq sayillari turizm tushunchasi bilan bog'liq ekanligi ilmiy adabiyotlarda ko'rsatilmoqda.

XX asrning so'nggi o'n yilliklarida turizmning ijtimoiy-madaniy dinamikasi insonning ijodiy faoliyatini tashkil etishning eng muhim turi sifatida ilmiy tadqiqotlar obyektiga aylandi. Ayrim tadqiqotchilar turizmning mahalliy madaniyatni tijoratlashtirishi – ya'ni “cultural commodification” – natijasida original ma'no va amaliyotlarning soddalashishi yoki o'zgartirilishi xavfi borligini ta'kidlaydilar. Robert Shepherd va boshqa mualliflar bu jarayonni tahlil qilib, turizm va madaniyat o'rtasidagi sabab-natija munosabatlarini tanqidiy nuqtadan ko'rib chiqish zarurligini ko'rsatgan. Shu bilan bog'liq holda, autentiklik masalasi markaziy rol o'ynaydi: mahalliy jamoalarning o'z madaniy resurslarini qanday va kim uchun “taqdim qilish”i siyosiy va iqtisodiy bosimlar ostida bo'lishi mumkin[8].

Agar turizm milliy-madaniy kodlar, tarbiya va qadriyatlarini hisobga olmaydigan shaklda rivojlansa, bu yoshlar orasida milliy o'zlikni anglash darajasining pasayishi, madaniy stereotiplarning yuzaga kelishi va ijtimoiy-siyosiy taranglik xavfini keltirib chiqarishi mumkin. Tadqiqotlarda bu jarayon ko'pincha madaniy gomogenizatsiya va “global madaniyat” aqidalariga suyanish sifatida ko'riladi; natijada mahalliy urf-odat va til meyorlari zaiflashishi ehtimoli mavjud[9]. Jamiyat taraqqiyotining postindustrial jamiyatdan sanoatlashgan iqtisodiyotga o'tish bosqichida turizmning milliylikka ta'siri ortib borishi bilan izohlash mumkin. Shuni inobatga olib, ilmiy tadqiqotlar «O'zbek turizm madaniyati»ning milliy-mental asoslarini tahlil qilish zaruratini keltirib chiqarmoqda. «O'zbek turizm madaniyati»ning ijtimoiy-madaniy tahlili, o'zbek xalqining milliy-mentalligini asoslash, iqtisodiy rivojlanishning o'zbek modelini tadbiiq etish turizmni samarali boshqarish imkoniyatini yanada oshiradi.

Faylasuf olim M.Mayatskiy Yevropadagi turizm hodisasining oqibatlarini quyidagicha tavsiflaydi: aytish kerakki, turizm an'anaviy kiyimlarni tikishga, an'anaviy raqslarni kashf etishga, mahalliy dam olish kunlarini qulay vaqtga ko'chirishga, toza havoda stollarni va musiqachilar bilan kafe tashkil qilishga imkon beradi, hatto bunday bo'lmagan mintaqalarda ham bu holatlarning birini kuzatish imkoni mavjud. G'ayrioddiy va begona olomon tashrif buyurgan cherkov ham mahalliy aholi uchun cherkov bo'lib qoladi. Mehmonxonalar va villalar boshqaruvchilari tashrif buyuruvchilarning talablarini inobatga olishga majbur bo'lmoqdalr. Oldinlari «O'rta yer dengizi» yoki «Alp tog'lari» turidagi uylar yo'q edi, lekin turist istaganigini tufayli ular ham paydo bo'la boshladi [9]. Aytish kerakki, olimning ushbu fikrlari ham kuzatuvchi-tadqiqotchi, ham turist-mijoz sifatidagi faoliyati natijasi bo'lgani bois e'tiborga loyiqdir.

Zamonaviy voqelik sifatida sayyohlik makonining shakllanishi «turistik aks ettirish» fenomeni haqida fikr yuritishga imkon beradi, bu esa «global turizmning har qanday joyga o'z turistik salohiyatini yo'naltirish, baholash va rivojlantirishga imkon beradigan fanlar, tartib va mezonlarning shakllanishi»ni anglatadi[10]. Turizm

madaniyati sohasidagi tadqiqotlarni tizimlashtirish, mintaqaviy, milliy va global miqyosda turistik prognozlash va konsalting kompaniyalari sonining ko'payishi sayyohlik faoliyatining o'ziga xos namoyishidir[10]. Ijtimoiy makonga joylashish xatti-harakatlarning yangi shakllarini, o'z hududida va boshqa ijtimoiy-madaniy makonda o'zini-o'zi identifikatsiyalash jarayonlarini boshlaydi. Xalqaro turistik sayohatlar insonga o'zining shaxsiy hududi chegaralarini tushunish va global ijtimoiy makonning bir qismi kabi his qilish imkonini beradi, shu bilan birga turizm insonning uning ijtimoiy hayoti muhitiga munosabatini aks ettiradi.

Bugungi kunda turizm madaniyati va etikasi G'arb standartlariga muvofiq ishlab chiqilmoqda. Bu esa o'zbek xalqi turizm madaniyatining muhim komponentlari bilan uning dialektik xususiyatlar asosida munosabatda bo'lishini anglatadi. Bu birinchi navbatda, axborot jamiyatining shakllanishi madaniy bir-xillikning o'sishiga olib kelib, g'arblashtirish jarayonida tasdiqlangan holat bo'lib, Amerika (va rivojlanayotgan davlatlar misolida, Amerika-Yevropa) iqtisodiy va madaniy ekspansiyaga sabab bo'ladi.

Tadqiqotchi V.Kutirev milliy turizm madaniyatiga g'arb standartlari joriy qilinishining salbiy ta'siri haqida gapirganda, «Hamma joyda bir xil narsa kiyish, ichish, kuylash, Disneylend va McDonaldsning hamma joylariga tashrif buyurish va agar shaharlarda eski mahallalar va muzeylar bo'lmaganida, sayohat qilish mutlaqo befoyd bo'lar edi - odam muqarrar ravishda murakkab o'xshash mashinalar, dizaynli binolari bilan o'ralgan bo'lardi»[11], degan edi.

Globalashuv jarayoni shaxsni madaniy va ma'naviy jihatdan o'zgartirishga, qadriyatlarining yo'qolishi, qadriyatlarining nomuvofiqligi yoki sun'iy identifikatsiyani yaratishga olib keladi[12]. Shunday jihatlar inobatga olingan holdagina boshqa sohalar qatorida turizmni ham jamiyat va uning hayot tarziga xos tarzda yo'lga qo'yib rivojlantirish mumkin.

Turistik xizmatlar bozori mafkurasi kengayib borayotgan bozor manfaatlar bilan mos keladi, bu “eski kurortning mashhurligini minimal davrga qisqartiradigan eskirishning kutish g'oyasi va strategiyasi” bilan muvofiq keladi. Shu munosabat bilan, so'nggi yillarda Osiyo, Tinch okeani mintaqasi, Afrika va hattoki Antarktida sayyohlik yo'nalishlari nihoyatda ommalashib bormoqda. Yevropa va Shimoliy Amerikadagi jahon turizmining an'anaviy markazlari esa tezda o'z pozitsiyalarini yo'qotmoqdalar. Shunday qilib, sayyohlik joylari chuqur ildizlarga qaramay, globalashuv jarayonlari sharoitida yangi ko'rinishga ega bo'lgan dunyoni o'zlashtirish va zabt etishning mifologik g'oyasi bilan qoplangan makonni qamrab oladi. Turistik makonning hissiy jihatdan boy sur'atlari, reklama turizm xizmatlari inson tasavvurlariga ta'sir qiladi. Turizm madaniyati fenomeni ijtimoiy amaliyotning muhim qismi sifatida turistik makonning inson ongida madaniy o'zlashtirilishiga zamin hozirlaydi. Bunday «majoziy ifodalanish» reklama, ommaviy axborot vositalari orqali inson ongiga kirib boradi, sayyohlik makonini majoziy izlash yo'li sifatida estetik zavqni ifodalaydi hamda kundalik hayotdan yangi yoki turli xil tajribani orzu qilish va kutishni o'z ichiga oladi.

ADABIYOTLAR

1. Kant, Immanuel. Groundwork of the Metaphysics of Morals. 1785
2. Scheler, Max. Formalism in Ethics and Non-Formal Ethics of Values: A New Attempt toward the Foundation of an Ethical Personalism. 1913.
3. Rickert, Heinrich. The Limits of Concept Formation in Natural Science: A Logical Introduction to the Historical Sciences. 1976.
4. Fromm, Erich. Man for Himself: An Inquiry into the Psychology of Ethics. 1947.
5. G'ulomova, Mavluda. Pedagogik faoliyatda ma'naviy qadriyatlarining o'rni. Ilm Ziyo, 2019, To'xtayeva, Nilufar. Ma'naviy-axloqiy tarbiya nazariyasi va amaliyoti. SamDU Nashriyoti, 2020.

6. Mirzayev A.T. Turistik-rekreatsiya faoliyatini boshqarish va uni rivojlantirish istiqbollari. Monografiya. Farg'ona, 2020. – B. 23.
7. Shoniyozov K. O'zbek xalqining shakllanish jarayoni. Toshkent, 2001. – B. 302.
8. Shepherd, Robert. "Commodification, Culture and Tourism." *Tourist Studies*, vol. 2, no. 2, 2002, pp. 183-201. DOI: 10.1177/146879702761936653
9. Bai, Lingxiao, and Shixiu Weng. "New Perspective of Cultural Sustainability: Exploring Tourism Commodification and Cultural Layers." *Sustainability*, vol. 15, no. 13, 2023, article 9880, doi:10.3390/su15139880.
10. Urri Dj. Vzglyad turista i globalizatsiya// *Kriticheskaya massa*. 2003. № 2. S. 125.
11. Kutirev V.A. Kulturologicheskiy smisl globalizma // *Vesti RFO*. 2001. №4. - S. 7.
12. Biryukova M.A. Globalizatsiya: integratsiya i differentsiatsiya kultur// *Filosofskiye nauki*. 2001. № 1. - S. 40.